

TheBigShift

Guerilla Marketing – Kampagne für die Kärntner Tourismusregionen

Einreichung T.A.I. Werbe Grand Prix 2026

Einreichung

Kategorie:

Marketing-Kampagnen sowie
Online & Social Media-Kampagnen

Auftraggeber:

Region Villach Tourismus GmbH
Zentrum für Nachhaltige Destinationsentwicklung Kärnten
Peraustraße 32
9500 Villach

Agentur:

PILUM GmbH
Bahnhofstraße 39/6a
9020 Klagenfurt am Wörthersee

TheBigShift

Guerilla Marketing – Kampagne für die Kärntner Tourismusregionen

**Mit der Inbetriebnahme der Koralmbahn
am 14. Dezember 2025 wächst Kärnten
und die Steiermark zusammen.**

Ausgangssituation

Die Kärntner Tourismusregionen möchten nicht durch klassische PR, sondern durch eine Guerilla Marketing Aktion in Graz darauf aufmerksam machen.

Idee

TheBigShift

**Der Beginn
einer neuen Zeitrechnung**

38:41:55

Die Herausforderung: Ausgangssituation & Ziel

- ➔ **Koralmbahn eröffnet:**
Kärnten ist als Tourismusdestination plötzlich für alle Grazer:innen näher als je zuvor
- ➔ **Zielgruppe:** Junge, urbane Menschen in Graz, welche diese neue Erreichbarkeit von Kärnten noch nicht so am Schirm haben
- ➔ **Ziel:** Maximale Aufmerksamkeit mit limitiertem Budget – durch Kreativität, nicht durch Media-Spend

**Kärnten,
so nah wie
noch nie.**

Die Umsetzung

- ➔ Drei unterschiedliche Gebäude in Graz dienen als temporäre Projektionsflächen.
- ➔ An drei Tagen werden die Botschaften in der Nacht auf die Gebäude projiziert.
- ➔ Die einzelnen Aktionen werden von Fotografen/Videografen begleitet.
- ➔ Die Inhalte werden zeitnah aufbereitet und auf Social Media veröffentlicht
- ➔ Verstärkung der Aktivierung durch Meme-Page @grazwellness als First Media Partner



**Menschen merken sich nicht
das, was man ihnen erzählt.**

**Menschen merken sich das,
was sie selbst herausfinden.**

Strategie: Ein Rätsel schaffen, das drei Tage dauert, um gelöst zu werden

TheBigShift

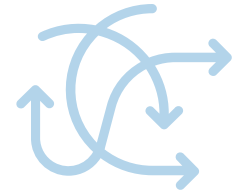
Die große Idee

3 Nächte. 3 Orte. 1 Geheimnis.



TheBigShift

Die **Guerilla Marketing Aktion** lief an **drei Tagen** in der Woche vor **der Eröffnung der Koralmbahn**. Zunächst sorgten **rätselhafte Installationen** für Aufmerksamkeit, am **zweiten Tag** folgten **erste Hinweise**, am dritten die **Auflösung** mit der **Botschaft „Kärnten, so nah wie noch nie!“**



Verwirrung stiften



Neugier steigern



Botschaft vermitteln

Tag 1: Verwirrung stiften

Der Countdown beginnt
**Kryptische Projektion mit
Eröffnungsdatum**

Social Media Aktivierung

- @_thebigshift kryptischer Content
- @grazwellness Co-Branding
- Landingpage www.thebigshift.at
- User-generiert: Passanten-Posts



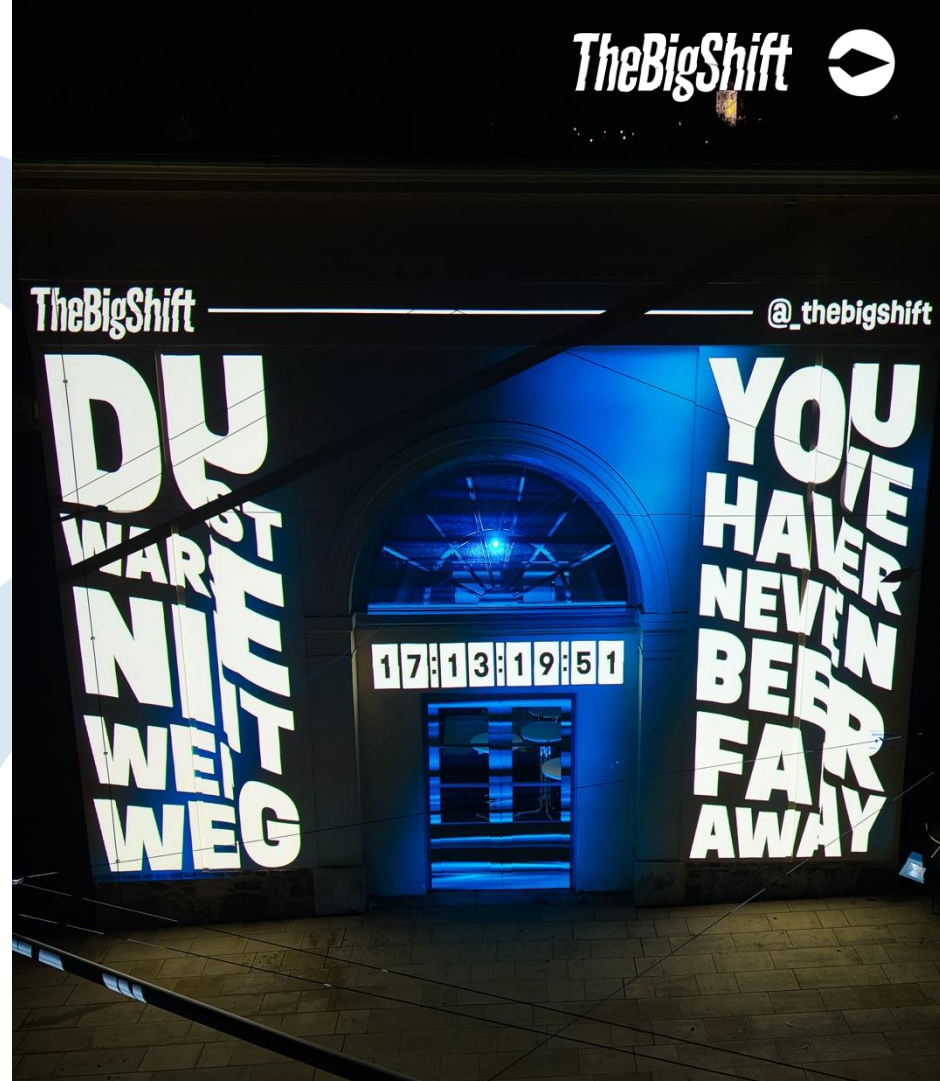
Tag 2: Neugier steigern

Orangerie Graz

Schemenhafte Hinweise zu Kärnten

Continued Mystery

- Weiterhin rätselhaft
- First Clues zur Destination
- Video Content Amplification
- Engagement Peak



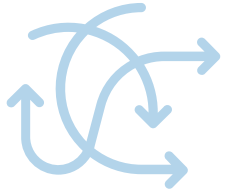
Tag 3: Botschaft vermitteln

Die große Auflösung
Schauspielhaus Graz
Kaernten, so nah wie noch nie!

Full Reveal

- Klare CTA: Steig ein & erlebe Kärnten!
- Verlinkte Regionen & POIs
- Media Relations aktiviert
- Hintergrundbericht





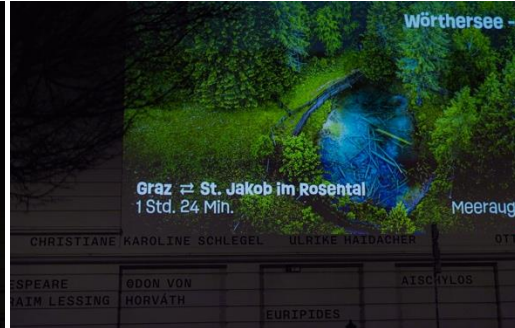
Tag 1: Verwirrung



Tag 2: Neugier



Tag 3: Botschaft



Die Kampagnenkanäle

➔ **Out-of-Home Projections**

3 Locations | 3 Nächte | Prime Times

➔ **Social Media Organic**

@_thebigshift | @grazwellness | Landingpage

➔ **Paid Social Performance**

150 K | Impressions | (Video + Display)

➔ **Media Relations & PR**

Medienberichte | Reporting | Earned Media

TheBigShift

Die Ergebnisse

Über 800.000 Impressionen - Budget-Effizienz & Viralität

➔ **95.941 Impressionen**

- Post Bewerbung: 14.11. 2025
- 20.733 User erreicht

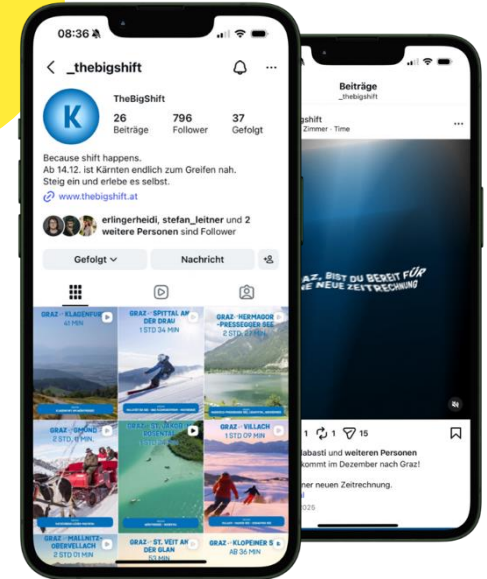
➔ **Große Sichtbarkeit durch Verlinkung (@grazwellness)**

- Zusätzlich ca. 150.000 Impressionen über Paid Performance

➔ **Sehr hohe Kosteneffizienz durch exakte Zielgruppen**

- €1,89 TKP für Video Reichweite
- €0,04 Cost per ThruPlay
- €0,10 Cost per new Follower

95.941
Impressionen
20.733
erreichte User



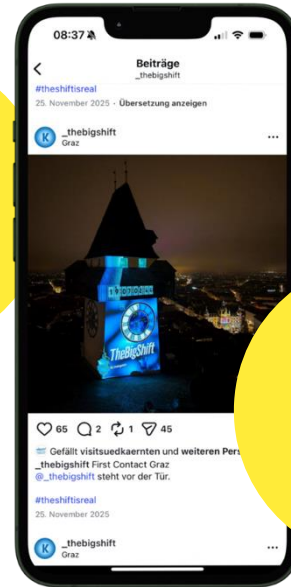
Highlights



20.400
Impressionen
Instagram |
19.11.2025

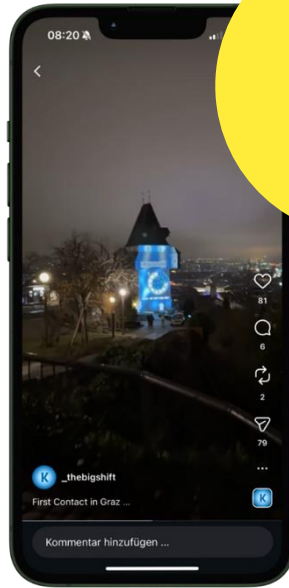


55.200
Impressionen
Instagram |
21.11.2025



76.900
Impressionen
Instagram |
25.11.2025

Highlights



19.700
Impressionen
Instagram |
25.11.2025



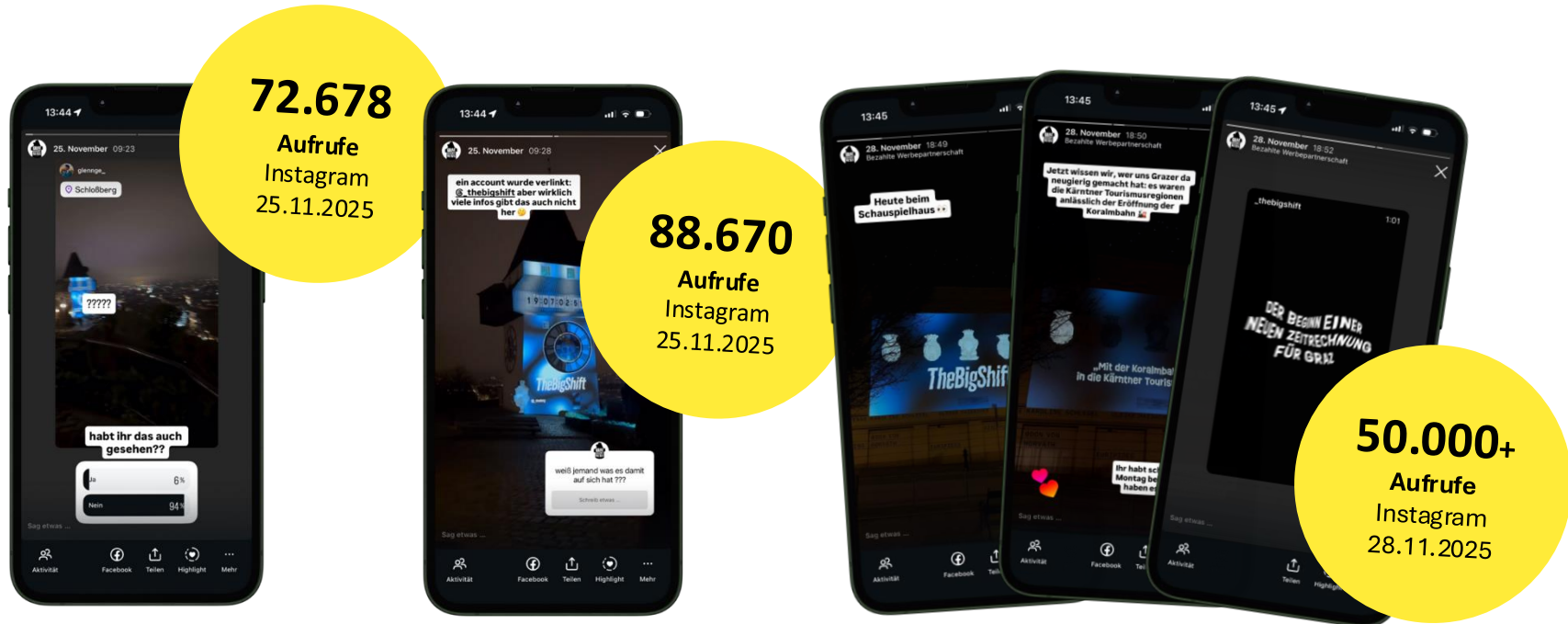
59.400
Impressionen
Instagram
27.11.2025



84.700
Impressionen
Instagram
28.11.2025

Highlights

Kanal First Media Partner @grazwellness



Landingpage Performance

16.11. bis 01.12.2025

➔ 12.325 Seitenaufrufe

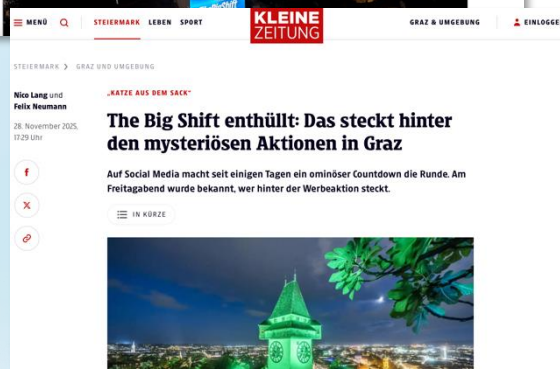
- Davon 7.176 direkt über Instagram
- Zusätzlich 178 über Google

➔ 6.550 Unique Visitors

- Davon 2.198 aus der Steiermark
- 1.689 aus Wien und 1.262 aus Niederösterreich



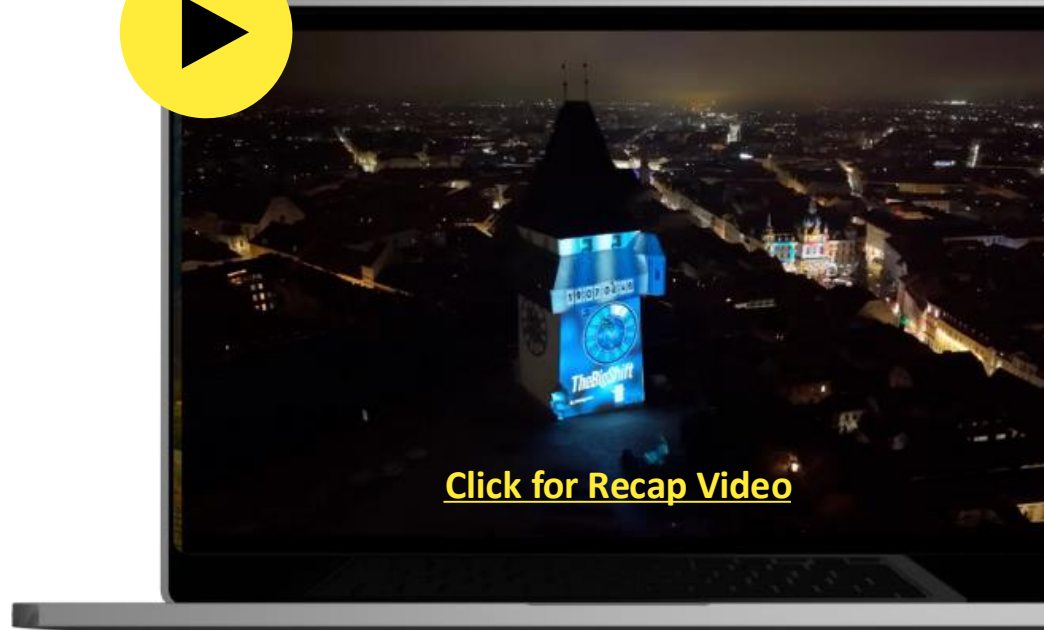
Veröffentlichungen in weiteren Medien: 28.11.2025 bis 1.12.2025



Ein voller Erfolg

Insgesamt wurden **über 800.000 Impressionen** erzielt – ein absoluter Rekord!

Durch zusätzliche Veröffentlichungen in zahlreichen relevanten Medien kamen **weitere mehrere hunderttausend Impressionen** hinzu.



[Click for Recap Video](#)

TheBigShift

Kampagneneffekt

Nicht nur Reichweite – sondern Engagement & Viralität

Erfolgsfaktoren & Learnings

➔ **Kreativität über Budget**

- Ein überraschend einfaches Creative-Konzept mit Guerilla-Taktiken schlägt teures Standard-Marketing

➔ **Narrative Arc**

- Die 3-Tage-Spannung erhöhte Engagement um x5 vs. einmalige Kampagne

➔ **Community First**

- Kooperation mit @grazwellness multiplizierte Reichweite um 400%

➔ **Timing & Kontext**

- Launch eine Woche vor Koralmbahn-Eröffnung nutzte Perfect Timing aus



Ad Astra

*TheBigShift – Der Beweis, dass gute Ideen nicht
laut, sondern smart sein müssen.*